

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui cara menaikkan kesejahteraan pemegang saham ataupun pemilik. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tentu tidak terlepas dari berbagai kendala, salah satunya pendanaan. Dana digunakan untuk membiayai aktivitas operasional, investasi, dan keperluan lain (Yanti and Wirama, 2017)

Pendanaan bersumber dari perusahaan misalnya keuntungan ditahan maupun arus kas. Pendanaan bersumber dari luar perusahaan, misal menerbitkan saham baru maupun hutang. Keputusan menentukan pilihan sumber pendanaan sangat penting untuk suatu perusahaan sebab mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan (Saputri, Hariyanti and Harjito, 2020). Linda et al (2017) mengemukakan bahwa kebijakan hutang muncul karena perusahaan membutuhkan pendanaan untuk membantu pertumbuhan perusahaan, sehingga manajer perusahaan mengambil keputusan melakukan kebijakan hutang.

Hutang adalah kewajiban keuangan perusahaan yang belum dibayar ke pihak lainnya, di mana hutang tersebut adalah sumber dana perusahaan oleh kreditur (Oktapianus and Mu'arif, 2022). Hutang atau kewajiban perusahaan dibagi menjadi dua jenis yaitu hutang lancar serta utang berjangka panjang. hutang lancar ataupun utang berjangka pendek adalah keharusan perusahaan ke pihak lain di mana harus dilunasi. Jatuh tempo hutang lancar ini adalah hingga

satu tahun. Hutang jangka panjang adalah hutang yang ditanggung perusahaan kepada pihak lain yang jatuh temponya lebih dari satu tahun (Sunaryo, 2018). Hutang memiliki pengaruh krusial untuk sebuah perusahaan, hutang menjadi sumber dana untuk ekspansi, hutang dapat berguna meminimalisir masalah keagenan. Perusahaan menentukan pembiayaan hutang sebagai bentuk pembiayaan terakhir yang berdampak positif bagi operasional perusahaan (Maulana and Safa, 2017).

Keputusan untuk memperoleh modal perusahaan dari penerbitan surat hutang (obligasi), penahanan laba atau saham merupakan tindakan kebijakan hutang perusahaan. Kebijakan hutang mempengaruhi kedisiplinan manajer untuk mengoptimalkan penggunaan dana, karena melalui hutang, perusahaan secara rutin membayar pokok dan bunga pinjaman. Perusahaan yang berhutang akan menghadapi kesulitan keuangan (Somantri and Sukardi, 2019).

Kehadiran manajer sangat penting bagi suatu perusahaan, manajer membuat keputusan tidak hanya di bidang kebijakan perusahaan, tetapi juga dalam hal keuangan perusahaan. Manajer harus mengkaji biaya dan sumber pendanaan, yang nantinya akan digunakan perusahaan untuk mengambil keputusan pendanaan. Hal ini dilakukan oleh manajer karena setiap sumber pendanaan memiliki implikasi keuangan yang berbeda. Selain itu, manajer harus mewaspadai dan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian karena ketidakmampuan perusahaan membayar hutang mengancam likuiditas perusahaan (Andrianti, Abbas and Hakim, 2021).

Somantri & Sukardi (2019) mengemukakan bahwa keputusan pendanaan memakai kebijakan hutang dengan DER (debt to equity ratio) dibuat oleh manajemen, sebab DER memperhitungkan jumlah hutang dan jumlah ekuitas atau jumlah modal. DER menjelaskan kesanggupan perusahaan untuk menunaikan kewajibannya dengan ekuitas.

Rasio keuangan adalah aktivitas membandingkan nilai-nilai pada laporan keuangan melalui cara membagi angka satunya dengan yang lain. Perbandingan dapat dilaksanakan dengan komponen pada laporan keuangan ataupun antarkomponen keuangan (Kasmir, 2019:104).

Rasio keuangan digunakan untuk mengungkapkan kesehatan keuangan suatu perusahaan dan kinerja yang dicapai perusahaan selama periode waktu tertentu (Widarjo and Setiawan, 2009). Hasil penelitian (Agustini and Wirawati, 2019) menunjukkan bahwa rasio keuangan dapat digunakan untuk memprediksi kegagalan perusahaan oleh karena itu, penting untuk menganalisis prediksi keadaan masa depan perusahaan (Rohmadini et al., 2018). Prediksi yang salah tentang masa depan dapat berakibat fatal bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan karena dapat mengakibatkan hilangnya pendapatan atau investasi yang telah ditanamkan pada perusahaan, sehingga mengakibatkan hutang perusahaan kepada pihak lain (Lubis & Patrisia, 2019).

Pandemi Covid-19 yang dimulai pada awal tahun 2020 membuat kondisi ekonomi semakin tidak stabil. Sistem lockdown yang diterapkan di masa pandemi Covid-19 mengganggu produksi di industri barang makanan dan minuman. Sistem lockdown mengharuskan negara yang menerapkan sistem

tersebut untuk membatasi semua kegiatan, termasuk kegiatan ekonomi dengan negara lain. Contoh kegiatan operasional perusahaan yang terganggu akibat sistem lockdown adalah produksi makanan dan minuman. Hal ini disebabkan sulitnya memperoleh bahan baku yang hanya dapat diperoleh di luar negeri, misalnya bahan baku untuk membuat makanan dan minuman (Prahastiwi and Nurjannah, 2022).

Ratusan hingga ribuan bisnis mendapatkan tekanan berat ketika pandemi Covid-19 menimpa dunia, termasuk bisnis makanan. Padahal, bisnis makanan menjadi salah satu faktor yang diproyeksi tahan banting di segala kondisi. Faktanya, tak sedikit bisnis makanan yang gulung tikar di tengah pandemi salah satunya yang menyita perhatian publik adalah NPC Internasional. Perusahaan pemegang lisensi Pizza Hut dan Wendys di Amerika Serikat ini mengajukan pailit. Pasalnya, hutang perusahaan membengkak hingga US\$1 miliar. NPC internasional memiliki lisensi 1.200 Pizza Hut dan 400 Wendys di Amerika Serikat. Pengajuan Pailit NPC mematahkan anggapan bisnis makanan kebal terhadap krisis di masa pandemi (CNN Indonesia 2020).

Ketua Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia Levita Supit mengatakan tantangan yang dihadapi pebisnis waralaba (franchise) saat ini memang lebih berat dari pada krisis tahun 2008. Kekhawatiran atas virus covid-19 telah menahan orang berbelanja dan membuat industri makanan terpuruk. Kondisi terpuruk ini pun menghampiri perusahaan waralaba yang sebelumnya kuat dari segi penghasilan dan pertumbuhan di seluruh dunia. Dia

memaparkan, di Indonesia tutupnya ratusan gerai KFC yang berdampak pada hampir 10 ribu pekerja (CNN Indonesia 2020).

Levita menilai Pembatasan Berskala Besar (PSBB) telah menggerus omzet harian karena restoran hanya dapat melayani pesanan take-away, layanan pengantaran online, home delivery, atau drive-thru. “Pembatasan ini membuat waralaba terutama food and Beverage (makanan dan minuman) itu terpukul dibandingkan yang lain. Tentu bukan Cuma KFC, atau Pizza Hut, tapi banyak yang sudah gulung tikar” ucapnya saat diwawancarai (CNN Indonesia 2020). Tak hanya itu, tutupnya berbagai restoran waralaba juga dipengaruhi oleh larangan dan pembatasan operasional mal di Jakarta serta berbagai daerah yang menerapkan PSBB. Apalagi, saat tak beroperasi dan memiliki pemasukan, pengusaha waralaba harus terus membayar sewa hingga service charge (CNN Indonesia 2020).

Levita tidak yakin tahun ini bisnis waralaba makanan dan minuman dapat tumbuh lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Tahun lalu bisnis waralaba tumbuh sekitar 10 persen. Dia melihat sisi permintaan yang terganggu karena masyarakat kehilangan daya beli dan kemauan berbelanja karena virus covid-19. Kondisi seperti ini akan mengakibatkan pemutusan hubungan kerja selama pandemi. Levita melihat kondisi ini dapat berlangsung hingga masa pemulihan ekonomi nasional dan 'memaksa' perusahaan untuk melakukan banyak efisiensi yang berdampak pada pendapatan pekerja. Survei konsumen Bank Indonesia pada April 2020 sendiri menunjukkan ekspektasi kenaikan penghasilan 6 bulan yang akan datang. Hal ini terindikasi dari indeks

ekspektasi penghasilan yang menurun dari 138,2 ada bulan sebelumnya menjadi 116,1. Penurunan indeks terdalam terjadi pada responden dengan tingkat pengeluaran Rp2,1 juta hingga Rp3 juta. "Data-data ini akan menunjukkan seperti apa tren belanja ke depan dan pengaruhnya ke daya tahan bisnis waralaba makanan dan minuman (CNN Indonesia 2020).

Di sisi lain, Ketua Kehormatan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) Anang Sukandar justru memiliki pandangan berbeda. Dia menyebut waralaba restoran makanan cepat saji besar di Indonesia masih punya kemampuan bertahan dari krisis akibat covid-19. Anang mengakui memang terjadi banyak pemangkasan pegawai dan efisiensi pada waralaba makan besar di Indonesia. Namun, hal tersebut perlu dilakukan sebagai salah satu upaya transformasi bisnis baru. Di samping itu, daya tahan waralaba besar seperti Mc Donald dan KFC juga cukup besar karena punya pelanggan setianya masing-masing. Menurut Anang, justru waralaba lokal dengan modal di bawah Rp100 juta yang akan terpukul sangat berat. "Harus dibedakan ya, antara waralaba besar dengan yang skalanya UMKM. Kalau UMKM dapat jatuh karena segmen konsumennya menengah ke bawah," ujarnya. Anang menegaskan ada dua hal yang perlu diprioritaskan waralaba makanan dan minuman di Indonesia agar dapat bertahan di tengah kondisi pandemi. Pertama, mempersiapkan infrastruktur digital agar layanan dapat dimaksimalkan penggunaannya. Kedua, melakukan promo besar-besaran dengan potongan harga sehingga mendapatkan konsumen (CNN Indonesia 2020).

Menurut Anang, jika upaya tersebut tidak dilakukan, waralaba akan lebih merugi karena operasional berjalan tapi pembeli tidak kembali seperti di masa normal. Ia merujuk pada studi Nielsen yang tersebut menyebut bahwa 67 persen dari konsumen yang berniat untuk mengunjungi mal setelah PSBB dilonggarkan akan mengubah perilaku berbelanjanya. Sebelum terjadi pandemi covid-19, aktivitas yang paling banyak dilakukan oleh para pengunjung mal adalah membeli makanan siap saji dan minuman ringan seperti teh dan kopi, atau menonton film di bioskop. Selama PSBB hingga keadaan kembali normal, diperkirakan konsumen mengunjungi mal hanya akan berbelanja kebutuhan sehari-hari atau membeli obat atau vitamin. Saat PSBB dilonggarkan atau berakhir, belanja kebutuhan sehari-hari masih menjadi tujuan utama konsumen ke mal (CNN Indonesia 2020).

Growth ratio (pertumbuhan penjualan) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kesanggupan suatu perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonomi dalam pertumbuhan ekonomi maupun segmen bisnis. (Kasmir, 2019:114-115). Sedangkan menurut Rajagukguk, Pakpahan (2017) pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan suatu perusahaan guna menumbuhkan penjualan. Jika pertumbuhan penjualan tinggi, berarti perusahaan telah mampu meningkatkan penjualan produknya (Asfali, 2019). Pertumbuhan penjualan adalah ukuran keberhasilan investasi yang telah terjadi selama periode waktu tertentu dan oleh karena itu dapat digunakan sebagai prediksi untuk pertumbuhan di masa depan (Agustina and Mranani, 2020). Perusahaan memperoleh lebih banyak keuntungan dari peningkatan

penjualan dan sebaliknya (Asfali, 2019). Namun jika pertumbuhan penjualan terus menurun dapat memicu situasi dimana perusahaan memilih untuk berhutang kepada kreditur (Pertiwi, 2018).

Beberapa peneliti yang melakukan penelitian mengenai rasio pertumbuhan penjualan atas kebijakan hutang memiliki hasil beragam. Hasil penelitian Sinaga (2017), Putra & Ramadhani (2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif atas kebijakan hutang, sedangkan Hutomo, Lestari Mukmin, (2019) memberikan bukti bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh negatif atas kebijakan hutang.

Profitabilitas adalah kesanggupan suatu perusahaan guna menghasilkan keuntungan melalui jumlah penjualan, aset, dan ekuitas tertentu dengan jangka waktu tertentu (Kasmir, 2019:114). Rasio ini mengukur efektivitas pengelolaan suatu perusahaan. Kondisi tersebut terlihat pada keuntungan dari penjualan serta hasil investasi (Kasmir, 2018:196). Profitabilitas memegang peranan krusial untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dengan periode yang panjang, sebab profitabilitas menggambarkan apa suatu badan usaha memiliki masa depan. Semakin tinggi profitabilitas semakin terjamin kelangsungan bisnis, sebaliknya apabila profitabilitas rendah maka hutang digunakan (Manurung and Munthe, 2019a).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas atas kebijakan hutang memiliki hasil beragam, ada pengaruh positif, negatif, dan menghasilkan profitabilitas tak memiliki pengaruh atas kebijakan hutang. Observasi dari Prathiwi and Yadnya (2017), Muhammad &

Sovy (2018), Hansen & Rosita (2017), mengatakan profitabilitas memiliki pengaruh positif atas kebijakan hutang. Observasi Stuti (2019), Purwanti (2017), Ehikioya (2018), Kusuma dkk (2019), Ade (2017), Yuana dkk (2018), memaparkan profitabilitas punya pengaruh negatif atas kebijakan hutang. Penelitian Tuffahati (2019) mengatakan profitabilitas mempengaruhi kebijakan hutang. Berbeda dengan observasi Kharisma, (2018) menyatakan profitabilitas tidak mempengaruhi kebijakan hutang.

Likuiditas atau biasa dikenal dengan rasio modal kerja adalah rasio guna memberi ukuran tingkat likuiditas perusahaan (Kasmir, 2019: 110). Perusahaan disebut likuid jika dapat menunaikan hutang jangka pendek ketika batas waktu tiba. Suatu perusahaan dapat dikatakan tidak likuid jika tidak dapat melunasi hutang jangka pendek ketika batas waktu tiba. Saat likuiditas naik, perusahaan punya kesanggupan menunaikan hutang jangka pendeknya juga sebaliknya (Sutra, Mais 2019). Perusahaan dengan likuiditas tinggi lebih memiliki peluang untuk memperoleh berbagai dukungan eksternal seperti lembaga keuangan, kreditur, dan pemasok bahan baku (Nurhidayah, Rizqiyah 2018).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian mengenai pengaruh likuiditas atas kebijakan hutang memiliki hasil beragam, ada pengaruh positif negatif dan ada yang menunjukkan hasil likuiditas tidak memiliki pengaruh atas kebijakan hutang. Observasi dari Dadson dan Purwanti (2017) menjelaskan likuiditas punya pengaruh positif atas kebijakan hutang. Sedangkan hasil dari Ramadhani & Barus (2018), Yuana, dkk (2018), Estuti,

dkk (2019), Andri, dkk (2019), Hansen & Rosita (2017), menjelaskan likuiditas punya pengaruh negatif atas kebijakan hutang.

Struktur aset merupakan suatu hal yang dipertimbangkan perusahaan ketika memutuskan untuk meminjam. Apabila perusahaan mempunyai aset yang besar, perusahaan dapat memiliki lebih banyak hutang (Fahmie, 2022). Menurut Saputri et al (2020) perusahaan dengan aset tetap lebih besar, terutama apabila permintaan barang stabil, akan membutuhkan hutang lebih banyak.

Tijow et al (2018) struktur aset merupakan komposisi aset perusahaan untuk menggambarkan besarnya aset perusahaan dapat dipakai guna memperoleh pinjaman. Menurut Dhani (2017) struktur aset perusahaan memegang peran yang sangat krusial saat menetapkan pembiayaan suatu perusahaan dengan aset tetap dalam waktu yang lama, jika permintaan konsumen tinggi maka penggunaan hutang jangka panjang juga tinggi, aset yang piutang serta ketersediaan barang keberlanjutan bentuk bergantung di tingkat profitabilitas dan kurang bergantung dengan biaya jangka pendek.

Beberapa peneliti yang melakukan penelitian mengenai struktur aset atas kebijakan hutang menunjukkan hasil yang beragam, ada yang menunjukkan pengaruh positif, negatif, dan ada yang menunjukkan struktur aset tak punya pengaruh atas kebijakan hutang. Observasi (Putra & Ramadhani, 2017), (Umi & Fahrurrozi, 2018), (Tijow, Sabijono and Tirayoh, 2018) menjelaskan struktur aset mempunyai pengaruh positif atas kebijakan hutang. Observasi dari (Niken, 2017) menjelaskan struktur aset mempunyai pengaruh signifikan

atas kebijakan hutang. Observasi (Meivita, 2018) menyatakan struktur aset tak punya pengaruh signifikan atas kebijakan hutang. Berbeda dengan penelitian dari (Sudjarni, 2018), (Linda dkk, 2017) menjelaskan struktur aset memiliki pengaruh negatif atas kebijakan hutang.

Penelitian berikut adalah pengembangan atas penelitiannya (Saputri, Widi Harjito (2020) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Alasan pengembangan penelitian berikut adalah karena penelitian berikut merekomendasikan penggantian variabel pertumbuhan perusahaan menjadi pertumbuhan penjualan, karena dalam penelitian tersebut pertumbuhan perusahaan punya pengaruh negatif atas kebijakan hutang. Di samping hal tersebut, data penelitian pada penelitian berikut berbeda dengan penelitian tersebut yang memperoleh sampel data dari laporan keuangan semester tahun 2020-2021, dan penelitian tersebut dengan sampel data laporan tahunan 2014-2018 yang berlaku. Sektor perusahaan yang diteliti dalam penelitian tersebut juga berbeda, dimana Saputri, Widi Harjito (2020) meneliti perusahaan Manufaktur sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada perusahaan Manufaktur bidang barang konsumsi.

Perusahaan minuman serta makanan dipilih karena perusahaan minuman serta makanan ini bersifat non-siklus, yang berarti industrinya relatif stabil dan kurang rentan terhadap perubahan musim atau kondisi ekonomi akibat inflasi, karena permintaan makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam keadaan apapun. Melihat hal tersebut, banyak perusahaan yang akan masuk ke industri

tersebut, dan persaingan pun tidak terhindarkan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola keuangan dengan baik. Serta dapat memberikan kepercayaan kepada investor agar investor dapat terus berinvestasi (Ardiansyah, 2020).

Berdasarkan alasan-alasan tersebut diatas, dapat dikatakan bahwa penelitian ini penting untuk dilakukan agar perusahaan yang diteliti dapat mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menggunakan hutang. Selain itu, masih adanya ketidaksamaan hasil penelitian sebelum-sebelumnya membuat peneliti semakin tertarik untuk melaksanakan penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasar pada penguraian latar belakang masalah sebelumnya, peneliti menentukan rumusan masalah, yakni:

1. Apa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang?
2. Apa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang?
3. Apa likuiditas berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang?
4. Apa struktur aset berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang?

C. Pembatasan Masalah

Mengacu pada luas masalah pada penelitian, peneliti ini memerlukan adanya pembatasan permasalahan supaya peneliti ini lebih fokus pada masalah yang diteliti. Dengan demikian, penelitian dibatasi pada hal-hal yang terkait dengan struktur aset, profitabilitas, likuiditas, maupun pertumbuhan penjualan yang memiliki pengaruh pada kebijakan hutang.

D. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, penelitian berikut memiliki tujuan, yakni:

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh negatif pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan hutang.
2. Untuk membuktikan adanya pengaruh negatif profitabilitas terhadap kebijakan hutang.
3. Untuk membuktikan adanya pengaruh negatif likuiditas terhadap kebijakan hutang.
4. Untuk membuktikan adanya pengaruh negatif struktur asset terhadap kebijakan hutang.

E. Manfaat Penelitian

Berdasar pada rumusan permasalahan di atas, manfaat penelitian adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian berikut diharapkan dapat menambah pengetahuan yang nantinya dapat memberikan perbandingan pada penelitian dimasa yang akan datang dengan ruang lingkup dan kajian yang lebih luas.

2. Manfaat Praktis

Penelitian berikut diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan serta pengetahuan tentang hal-hal yang mempengaruhi kebijakan hutang dan menjadi bahan pertimbangan, masukan, dan peringatan dini bagi manajemen.